

УДК 65.016.4

Ю.Л. Курбатова

*ассистент, кафедра финансов,
Национальный технический университет «Харьковский политехнический
институт», Украина*

СУЩНОСТЬ И ТЕНДЕНЦИИ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖФИРМЕННЫМИ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ В ЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ МАШИНОСТРОЕНИИ

Аннотация. В данной статье конструируются уточненные авторские определения понятий «межфирменные взаимоотношения», «управление межфирменными взаимоотношениями», на основании обобщения результатов анализа существующих трактовок, а также с учетом особенностей подходов к управлению межфирменными взаимоотношениями. Выявлены тенденции, влияющие на процессы управления межфирменными взаимоотношениями, что позволяет определить стратегические ориентиры в процессах управления.

Ключевые слова: межфирменные взаимоотношения, управление межфирменными взаимоотношениями, тенденции, интеграция, интегрированные группы.

J.L. Kurbatova, National technical University «Kharkov Polytechnic Institute»

THE ESSENCE AND TRENDS IN THE MANAGEMENT OF INTERFIRM RELATIONS IN POWER ENGINEERING

Abstract. This article is designed sophisticated author's definition of the concepts «interfirm relationships», «management of interfirm relationship», on the basis of generalization of the results of the analysis of existing treatments, and knowledge management approaches of interfirm customer relationship. In the article author identified trends affecting the management processes of interfirm relationship that allows defining strategic targets in the processes of management.

Keywords: interfirm relations, management of interfirm relationships, trends, integration, integrated groups.

На сегодняшний день управление межфирменными взаимоотношениями предприятий, осуществляющих функционирование в рамках единого технологического цикла, является неотъемлемым процессом выполнения комплектного заказа в отрасли энергетического машиностроения. Существенное влияние на эффективность управления оказывает выбор подхода: ценностного или стоимостного. Формирование и развитие межфирменных взаимоотношений между партнерами находится под влиянием современных тенденций в отрасли. Проблема уточнения сущности понятий «межфирменные взаимоотношения», «управление межфирменными взаимоотношениями», в ракурсе существующих подходов, а также выявление преобладающих тенденций, оказывающих влияние на процессы управления, является одной из ключевых, в вопросах стратегического развития партнерских связей предприятий энергетического машиностроения. Актуальность исследования в данной области вызвана теоретической и практической значимостью управления взаимоотношениями партнеров.

Сущность и тенденции управления межфирменными взаимоотношениями предприятий рассматривались такими украинскими учеными, как Иванов Ю.Б., Кизим Н.А., Криворучко Я.Ю., Пилипенко А.А., Пушкарь А.И., Чухрай Н.П., российскими автора-

ми – Кротовым К.В., Куш С.П., Поповой Ю.Ф., Смирновой М.М. и другими. Однако, в научной литературе аспектам уточнения сущности процессов управления межфирменными взаимоотношениями в контексте современных подходов, а также анализу тенденций в отрасли энергетического машиностроения, влияющих на данные процессы, не уделено достаточного внимания.

Целью статьи является уточнение сущности понятий «межфирменные взаимоотношения», «управление межфирменными взаимоотношениями», а также выявление ключевых тенденций, влияющих на данные процессы в отрасли энергетического машиностроения.

Понятие «межфирменные взаимоотношения» в научной литературе можно встретить в контексте синонимичных понятий, например, партнерство [3, 5, 6], отношения [1], сотрудничество [2] и другие. Для уточнения особенностей существующего спектра понятий, нами проведен анализ научной литературы, на основании которого выделены ключевые аспекты понятия «межфирменные взаимоотношения» (рис. 1), а также систематизированы синонимичные понятия (табл. 1).

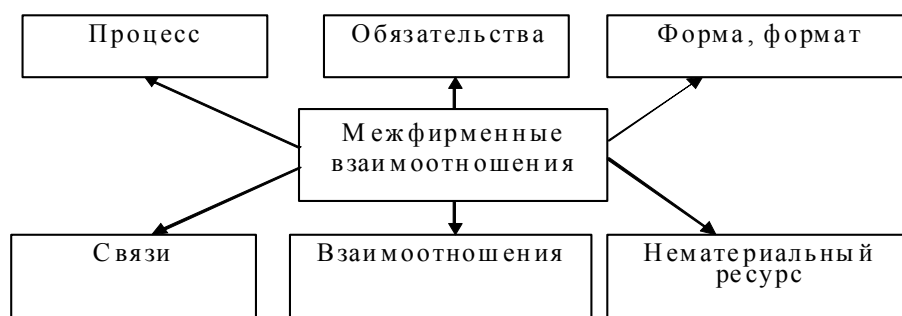


Рисунок 1 – Аспекты понятия «межфирменные взаимоотношения»
(авторская разработка)

Как следует из анализа, некоторые авторы особое внимание уделяют ценностям при формулировке определений [1, 5, 8]. В современных исследованиях, направленных на изучение природы ценности межфирменных взаимоотношений, отражается идея о том, что создание и поддержание взаимодействия представляет определенную ценность для обеих сторон [2, 8]. Базируясь на идее формирования ценностей в результате партнерства, в современной науке развился ценностный подход к управлению межфирменными взаимоотношениями. Сущность данного подхода состоит в фокусировании не только на количественных (стоимостных) характеристиках отношений, которые связаны с максимизацией индивидуальной прибыли сторонами, но и включает ценностный аспект, который раскрывается в формировании качественных характеристик отношений, одновременно для обеих или нескольких партнеров. Альтернативным ценностному подходу является стоимостный подход, который основан на максимизации индивидуальной прибыли партнеров, одностороннем увеличении объемов продаж и снижении затрат.

Таким образом, для уточнения понятия «межфирменные взаимоотношения» и

«управление межфирменными взаимоотношениями» важной задачей является выбор подхода к управлению. По нашему мнению, ценностный подход является максимально востребованным современной практикой ведения бизнеса в отрасли энергетического машиностроения, так как выполнение комплектного заказа предполагает групповое взаимодействие, эффективность которого возможна в условиях взаимной адаптации, уступок, способности преодолевать конфликты и учитывать интересы партнера.

Таблица1 – Понятие «Межфирменные взаимоотношения»
в синонимичном контексте

Понятие	Ак- цент	Определение	Ис- точ ник
Межоргани- зационные отношения	Процесс	Двусторонние взаимоотношения между организациями, которые связаны с обменными процессами и включают обмен ресурсами, информацией, ноу-хау, технологиями, а также обеспечивают возможность создания общей ценности.	[1]
Сотрудни- чество		Это процесс решения общих противоречий, установление обязательств; доверие и уважение между партнерами, обмен знаниями, ноу-хау.	[2]
Партнерство	Обяза- тельства	Долгосрочные обязательства между двумя или большим количеством организаций с целью достижения бизнес целей, путем максимизации эффективности ресурсов каждого участника.	[3]
Деловое партнерство	Форма, формат	Форма сотрудничества предприятий, которая не закреплена в учредительных документах, но поддерживается фактически.	[4]
Стратегиче- ское партнерство		Определенный формат взаимодействия двух (или более) экономических организаций, который предусматривает создание общей ценности с распределением приобретенных результатов между партнерами.	[5]
Деловое партнерство предпри- ятий	Связи	Экономические связи субъектов предпринимательства, которые базируются на взаимовыгодной экономически-правовой основе решения хозяйственных проблем с учетом требований рынка.	[6]
Взаимоот- ношения акторов	Отношения	Силовые отношения и отношения зависимости, связывающие акторов, которые принимают участие в интегрированном процессе.	[7]
Взаимодей- ствие акторов		Углубление отношений, переход их на более высокую ступень партнерства.	[7]
Межфир- менные взаимоот- ношения	Немате- риальный ресурс	Нематериальный ресурс фирмы, рост эффективности которого сопровождается увеличением ценности отношений и повышением удовлетворенности их участников.	[8]

Базируясь на ценностном подходе, под межфирменными взаимоотношениями (МВ) следует понимать отношения между предприятиями, которые направлены на получение ими ценностей, и обуславливают процессы взаимодействия, протекающие в определенной форме. Под формой понимаются варианты организационных объедине-

ний, возникающие в результате интеграции ресурсов и (или) капиталов партнеров.

Рассмотрим трактовку понятий «управление межфирменными взаимоотношениями», которые основываются на ценностном подходе. По мнению Куца С.П., Смирновой М.М. управление МВ – это перманентный процесс создания организационной компетенции по эффективному взаимодействию, которое направлено на достижение целей сторон и общее создание ценности межфирменных взаимоотношений, которые основаны на взаимном доверии и выполнении обязательств [1]. Попова Ю.Ф. под управлением межфирменными взаимоотношениями понимает двусторонние, предварительно обусловленные их участниками, изменения и регулирование среды взаимодействия [8].

По нашему мнению, управление межфирменными взаимоотношениями – это процесс планирования и осуществление целенаправленных изменений межфирменных взаимоотношений, которые направлены на достижение ценностей участниками межфирменных взаимоотношений. Качество управления может проявляться в получении ценностей партнерами, достижении поставленных целей.

Процесс управления межфирменными взаимоотношениями находится под влиянием тенденций, выявление которых позволит выделить основные стратегические приоритеты развития межфирменных взаимоотношений.

Одной из тенденций, которая влияет на процессы управления межфирменными взаимоотношениями, является рост спроса на энергию и продукцию отрасли энергетического машиностроения. Рынок потребления продукции энергетического машиностроения до 2025 года возрастет с \$50-80 млрд до \$100-110 млрд [9]. Такой подъем будет обеспечен за счет увеличения энергопотребления в странах, ростом населения, процессами индустриализации и энергосбережения. Согласно прогнозам, до 2020 года в странах Азии потребление нефти вырастет на 88%, угля – на 97%, гидроэнергии – на 109%, ядерной энергии – на 85%, природного газа – на 191% [9].

Исходя из анализа последних исследований, ключевой тенденцией управления межфирменными отношениями в области энергетического машиностроения является усиление интеграции. Спрос на заказ энергетических объектов «под ключ привел к развитию процессов консолидации энергомашиностроительных активов в мире, к активизации в отрасли процессов M&A (слияния и поглощения) [10]. Согласно прогнозам Института слияний, поглощений и альянсов (Institute of Mergers, Acquisitions and Alliances – IMMA) на рынке энергетического машиностроения будет сохраняться тенденция развития интеграции предприятий (рис. 2).

Интегрированные группы, которые занимают позиции лидеров в отрасли, обеспечивают выполнение всего технологического цикла изготовления высокотехнологической продукции отрасли. Рассмотрим занимаемые доли рынка лидерами производства продукции энергетического машиностроения в мире (рис. 3).

На рисунке 2 приняты следующие обозначения: сплошной линией обозначена динамика стоимости трансакций по M&A; гистограмма – отражает динамику количест-

ва трансакций по M&A; 2013* - данные за первый квартал 2013; 2013е – прогнозируемые данные за год.

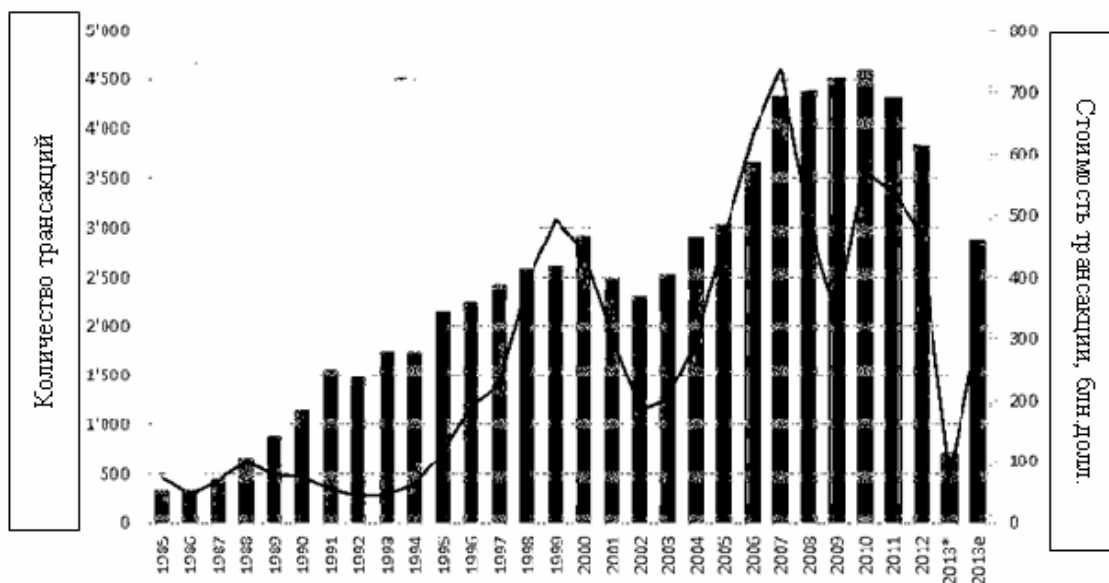


Рисунок 2 – Динамика сделок M&A в энергетике и энергетическом машиностроении в мире, млн долл. [10]

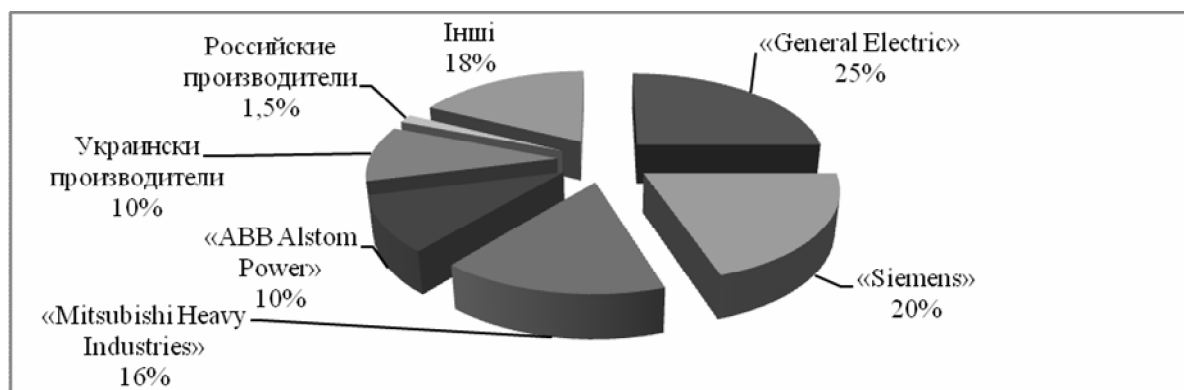


Рисунок 3 – Доли рынка лидеров производства продукции энергетического машиностроения, 2012 [11]

Наибольшей долей рынка владеет американская корпорация «General Electric», которая покрывает всю производственную линейку продукции энергетического машиностроения и контролирует около 24% мирового рынка.

Процессы интеграции в отрасли наблюдаются и в России, где лидерами являются четыре ведущих интегрированных группы: «Силовые машины», «ЭМАльянс», «Объединенные машиностроительные заводы» (ОМЗ) и «Энергомашкорпорация». Активизация интеграции в межфирменных взаимоотношениях российских предприятий подтверждаются значениями показателей концентрации в отрасли. Так в 2012 году рынок энергетического машиностроения России приблизился к состоянию олигополии – индекс концентрации составил 72,0% [12]. Рост концентрации связан с формированием интегрированных групп и консолидацией активов компаний.

Процессы интеграции слабо активизированы на украинских предприятиях от-

расли [9]. Не смотря на то, что в стране представлены производители, способные осуществить весь технологический цикл, каждое предприятие выходит на рынок по отдельности, исключая возможность выполнения заказ «под ключ». Основными заводами-изготовителями продукции энергетического машиностроения в Украине являются такие предприятия, как «Турбоатом», «Электротяжмаш», «Монолит», «Запорожтрансформатор», «Зоря-машпроект», «НПО им. Фрунзе» и другие. В современных условиях разрозненным отечественным предприятиям становится все сложнее конкурировать на мировых рынках. Разобщенность предприятий приводит к тому, что они ограничиваются поставкой на рынок отдельных агрегатов и функциональных узлов электростанций. Конкурентные условия бизнеса, обуславливают создание интегрированных групп в украинском энергетическом машиностроении, что позволило бы повысить конкурентоспособность ее участников.

Таким образом, уточнены понятия «межфирменные взаимоотношения», «управление межфирменными взаимоотношениями», особенностью которых является учет ценностных аспектов партнерства. Выявлены тенденции, влияющие на процессы управления межфирменными взаимоотношениями в отрасли энергетического машиностроения. В частности, рост спроса на рынке и усиление процессов интеграции. Под влиянием данных тенденций происходит концентрация капиталов, производственных и инновационных ресурсов, ключевых компетенций партнеров интегрированных групп, которые стремятся удовлетворить возрастающий спрос на рынке, в том числе выполнять контракты «под ключ». Это обуславливает необходимость активизации интеграционных процессов в межфирменных взаимоотношениях украинских производителей. С целью разработки методического обеспечения управления межфирменными взаимоотношениями в интегрированных группах необходимо проведение дальнейшего исследования.

Список литературы:

1. Куц С.П. Взаимоотношение компании с потребителями на промышленных рынках: основные направления исследований / С.П. Куц, М.М. Смирнова // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2008. – № 4 (32). – Т. 8.
2. Barratt M. Exploring the experiences of collaborative planning initiatives / M. Barratt, A. Oliveira // International Journal Physical Distribution Logistic. Management. – 2001. – № 31(4). – P. 266–289.
3. Bygballe L.E. Partnering relationships in construction: A literature review [Электронный ресурс] / L.E. Bygballe, M. Jahre, A. Sward // Journal of Purchasing & Supply Management. – Режим доступа: <http://www.bi.no>
4. Палига Є.М. Підходи до формування партнерських відносин / Є.М. Палига, Д.С. Мельник. – Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2000. – 46 с.
5. Гребешкова О.М. Стратегічні партнерства підприємств: слайд-курс / О.М. Гребешкова, Г.В. Махова. – К.: КНЕУ, 2008. – 260 с.
6. Струк Н.С. Аналіз і оцінка ділового партнерства підприємств в умовах ринку / Н.С. Струк. – Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 1993. – 93 с.
7. Пилипенко А.А. Стратегічна інтеграція підприємств: механізм управління та моделювання розвитку: монографія / Андрій Пилипенко. – Х.: ВД «Інжек», 2008. – 408 с.

8. Попова Ю.Ф. Методология оценки эффективности межфирменных отношений на промышленных рынках [Электронный ресурс] / Ю.Ф. Попова // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2011. – № 2. – Режим доступа: <http://koet.syktu.ru/vestnik/2011/2011-2/12/12.htm>

9. Зубаиров Н. Втрачаємо ринки. / Н. Зубаиров // Інвестгазета. – 2007. – № 4.

10. Official website of Institute of Mergers, Acquisitions and Alliances. Announced mergers and acquisitions: energy and power 1985-2013 [Электронный ресурс]. – Access mode: imaa-institute.org

11. Гавриш О. Машины підіймають настрої / Олег Гавриш // Комерсант-Україна. Дайджест. – 2008. – № 96.

12. Волкова И. Анализ состояния рынка энергомашиностроения / Ирина Волкова // Энергетика сегодня. – 2010. – № 24.

List of references:

1. Kushh S.P. Vzaimootnoshenie kompanii s potrebiteljami na promyshlennyh rynkah: osnovnye napravlenija issledovanij / S.P. Kushh, M.M. Smirnova // Vestnik Sankt-peterburgskogo universiteta. – 2008. – № 4 (32). – P. 8.

2. Barratt M. Exploring the experiences of collaborative planning initiatives / M. Barratt, A. Oliveira // International Journal Physical Distribution Logistic. Management. – 2001. – № 31(4). – P. 266–289.

3. Bygballe L.E. Partnering relationships in construction: A literature review [Jelektronnyj resurs] / L.E. Bygballe, M. Jahre, A. Sward // Journal of Purchasing & Supply Management. – URL: <http://www.bi.no>

4. Paliga Є.М. Pidhodi do formuvannja partners'kih vidnosin / Є.М. Paliga, D.S. Mel'nik. – L'viv: Institut regional'nih doslidzhen' NAN Ukraïni, 2000. – 46 p.

5. Grebeshkova O.M. Strategichni partnerstva pidpriemstv: slajd-kurs / O.M. Grebeshkova, G.V. Mahova. – K.: KNEU, 2008. – 260 p.

6. Struk N.S. Analiz i ocinka dilovogo partnerstva pidpriemstv v umovah rinku / N.S. Struk. – L'viv: Institut regional'nih doslidzhen' NAN Ukraïni, 1993. – 93 p.

7. Pilipenko A.A. Strategichna integracija pidpriemstv: mehanizm upravlinnja ta modeljuvannja rozvitku: monografija / Andrij Pilipenko. – H.: VD «Inzhek», 2008. – 408 p.

8. Popova Ju.F. Metodologija ocenki jeffektivnosti mezhfirmennyh otnoshenij na promyshlennyh rynkah [Jelektronnyj resurs] / Ju.F. Popova // Vestnik Nauchno-issledovatel'skogo centra korporativnogo prava, upravlenija i venchurnogo investirovanija Syktyvkarskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2011. – № 2. – URL: <http://koet.syktu.ru/vestnik/2011/2011-2/12/12.htm>

9. Zubaïrov N. Vtrachaemo rinki / N. Zubaïrov // Investgazeta. – 2007. – № 4.

10. Official website of Institute of Mergers, Acquisitions and Alliances. Announced mergers and acquisitions: energy and power 1985-2013. [Jelektronnyj resurs]. – Access mode: imaa-institute.org

11. Gavrish O. Mashini pidijmajut' nastrij / Oleg Gavrish // Komersant-Ukraïna. Dajdzhest. – 2008. – № 96.

12. Volkova I. Analiz sostojanija rynka jenergomashinostroenija / Irina Volkova // Jenergetika segodnja. – 2010. – № 24.